2014年1月14日
株式会社マーシュ
〒154-0012　東京都世田谷区駒沢1-4-15 真井ビル7F
TEL: 03-5433-0321　FAX: 03-5433-0481

自主調査＜ミニリサーチ第45回＞

家電に関するアンケート

＜美容家電編＞

http://www.marsh-research.co.jp/mini_research/mr201312beauty.html

調査概要

■調査実施：　2013年12月19日（木）～12月24日（火）
■調査方法：　インターネット調査
■対象者：　全国の20代～50代女性
■サンプル数：600s
■割付：　20代：25.0%、　30代：25.0%、40代：25.0%、50代：25.0%
■調査方法：インターネット調査
■調査機関：株式会社マーシュ
※弊社運営のアンケートモニターサイト「D STYLE WEB」の登録会員を対象に実施

インターネットリサーチ・モニターリクルート
株式会社マーシュ

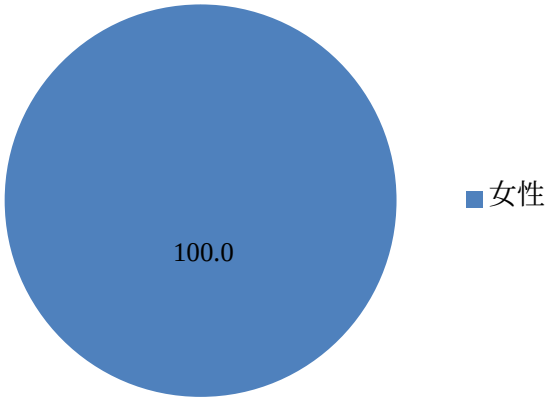
Copyright(C)　2013　MARSH Co., Ltd. ALL Rights Reserved.

調査項目

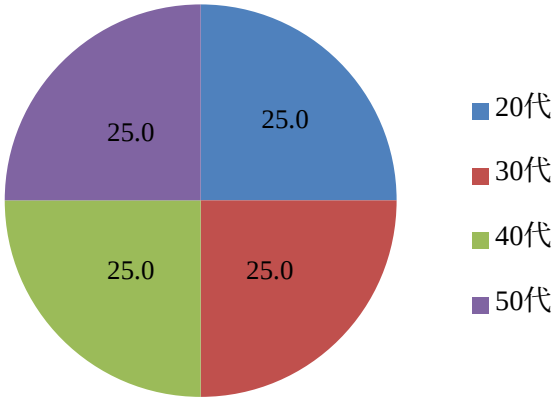
・属性（性別、年代、居住地、未既婚）
・美容家電を購入する時の傾向（単一回答）
・美容家電を購入する時の訪問店舗数（単一回答）
・美容家電を購入して後悔した経験の有無（単一回答）
・購入して後悔したことがある美容家電（複数選択）
・その中で特に後悔が大きかった美容家電（単一回答）
・その美容家電を購入して後悔した理由（自由回答）
・その美容家電をその後どうしたか（単一回答）

対象者属性　N=600

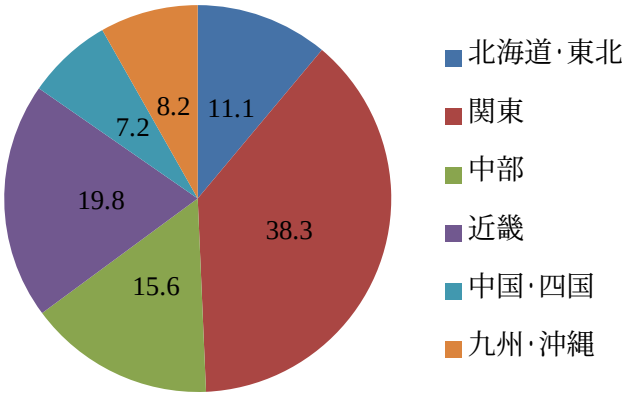
性別



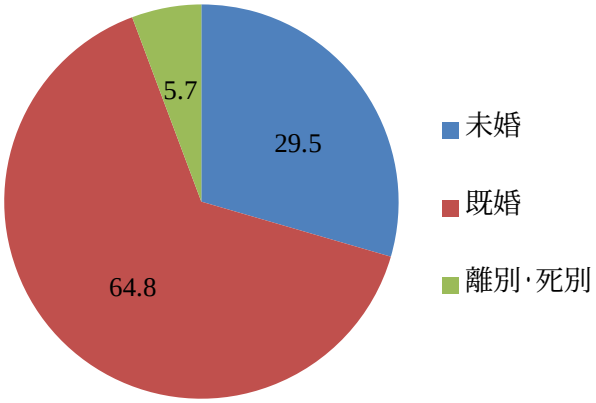
年代



居住地

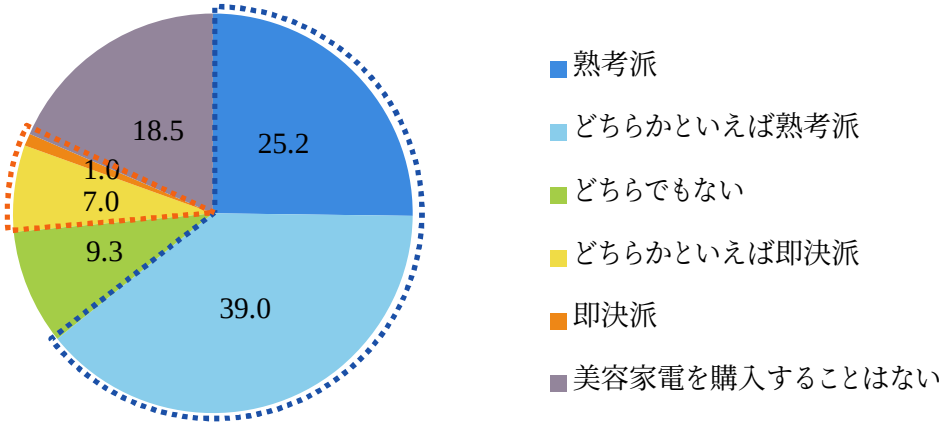


未既婚



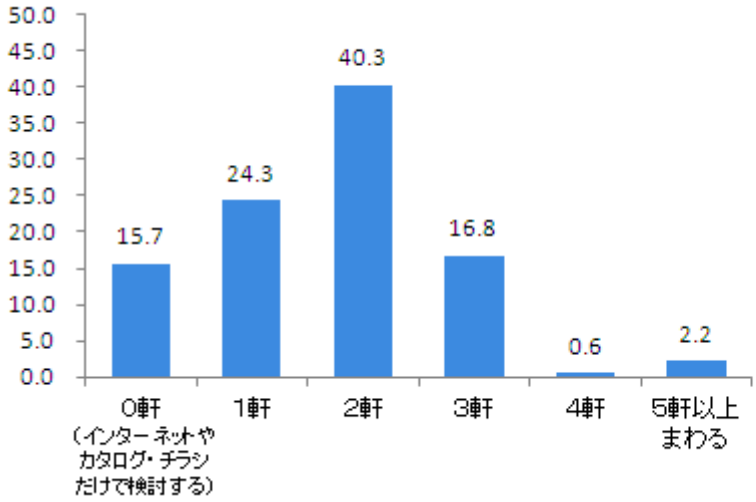
marsh MARSH Co. Ltd. ALL Rights Reserved.

Q1. あなたは、ご自身が使う「美容家電」を購入する際に、じっくり検討してから購入するタイプ（熟考派）ですか？
それとも、あまり迷わずに決めるタイプ（即決派）ですか？（1つ選択）
美容家電の一例・・・ヘアドライヤー、ヘアアイロン、脱毛器、スチーマー、フィットネス機器など



■美容家電を購入する時の傾向 N=600
ドライヤーやヘアアイロンといった美容家電を購入する際に、熟考してから購入するか、即決するかのどちらのタイプにあてはまると思うかを答えてもらった。「熟考派」と答えた女性は、「熟考派」が25.2%、「どちらかといえば熟考派」が39.0%で、合計64.2%となった。「どちらでもない」は9.3%で、「どちらかといえば即決派」または「即決派」と答えた女性は8.0%だった。
「美容家電を購入することはない」は18.5%で2割近く、年代別で見ると20代の4人に1人（25.3%）が自分では購入しないという回答になった。
尚、「購入することはない」と答えた女性を除く489人中では、「熟考派」（どちらかといえば含む）が78.7%と約8割に上る。
美容家電を購入する際に、あまり検討せず即決で購入する女性は、少数派だということがわかる。
また、熟考派：即決派の比率に関して、年代による差はあまり見られないが、「熟考派」は30代でやや多く、50代ではやや少なくなっている。

Q2. あなたは、購入したいと思う「美容家電」を選ぶ際、平均で何軒ぐらいのお店（実店舗）を見に行きますか。
（1つ選択）



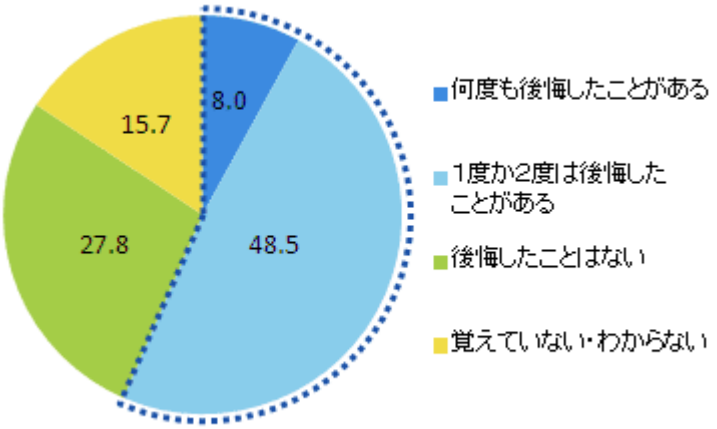
			0軒（インターネットやカタログ・チラシだけで検討する）	1軒	2軒以上（計）
全体		n=489	15.7	24.3	59.9
年代別	20代	n=112	14.3	28.6	57.2
	30代	n=127	11.8	26.0	62.2
	40代	n=126	20.6	20.6	58.8
	50代	n=124	16.1	22.6	61.3

（%）

■美容家電を購入する時の訪問店舗数 n=489
購入したい美容家電を選ぶ際に、何軒ぐらい実店舗に見に行くかを答えてもらった。最も多かったのは「2軒」で40.3%。
「3軒」（16.8%）、「4軒」（0.6%）、「5軒以上まわる」（2.2%）を加えると59.9%となり、6割の女性が美容家電を選ぶ際に2軒以上のお店（実店舗）を見に行くという結果になった。「1軒」だけと回答したのは約4人に1人で24.3%、「0軒（インターネットやカタログ・チラシだけで検討する）」は、15.7%となった。
こちらも目立った年代差は見られないが、40代において「0軒（インターネットやカタログ・チラシだけで検討する）」の割合が20.6%とやや高くなっている。

marsh MARSH Co. Ltd. ALL Rights Reserved.

Q3. あなたは今までに「美容家電」を購入して、何らかの理由で後悔したことはありますか。(1つ選択)



			何度も後悔したことがある	1度か2度は後悔したことがある	後悔したことはない	覚えていない・わからない
全体		n=489	8.0	48.5	27.8	15.7
年代別	20代	n=112	3.6	50.9	32.1	13.4
	30代	n=127	5.5	50.4	29.9	14.2
	40代	n=126	11.9	47.6	24.6	15.9
	50代	n=124	10.5	45.2	25.0	19.4

(%)

■美容家電を購入して後悔した経験の有無 n=489 (美容家電を購入することがある人)

美容家電を購入した後、何らかの理由で"後悔"したことがあると答えた女性は、56.5%でおよそ半数という結果になった。

「1度か2度は後悔したことがある」と答えた人が48.5%、「何度も後悔したことがある」と答えた人が8.0%となっている。

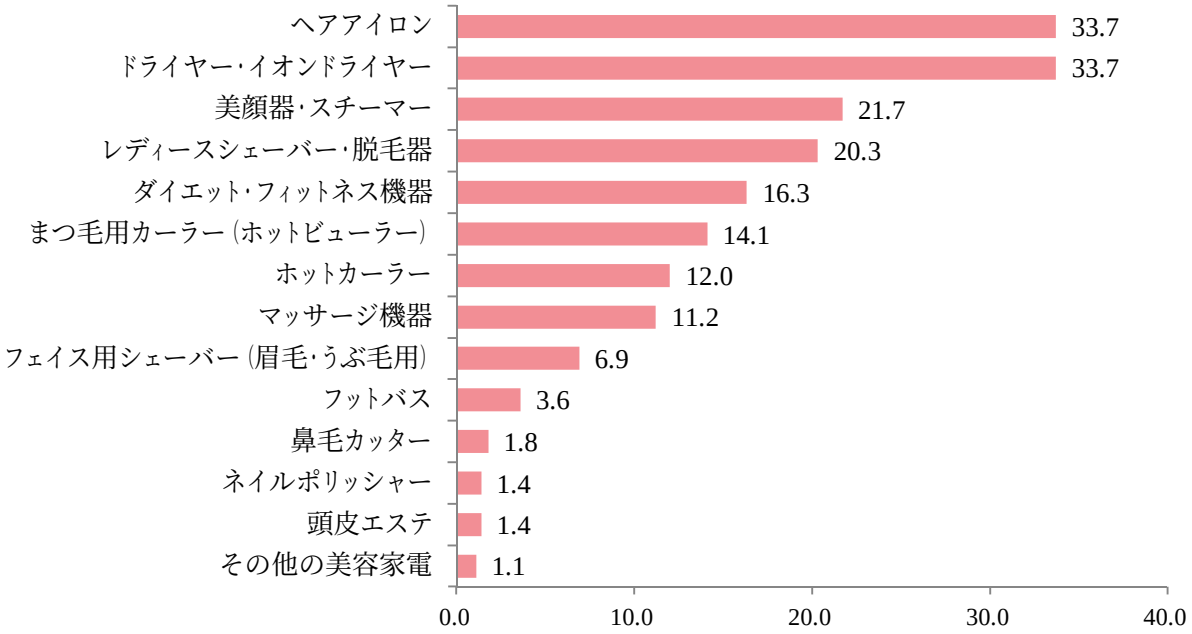
「後悔したことはない」は27.8%で、「覚えていない・わからない」が15.7%となった。

年代別に比較すると、後悔した経験の有無に年代差はほとんど見られないが、「何度も後悔したことがある」と答えた女性が20代では3.6%、30代では5.5%であるのに対し、40代・50代ではそれぞれ10%を超えた。

※後悔したことがある方

Q4. 次にあげる「美容家電」の中に、あなたが購入して後悔したことのある製品はありますか。いくつでもお選びください。(複数選択可)

※フェイスローラー、バランスボール、ヨガマットなど電気・電池を使用しないものは除く



■購入して後悔したことがある美容家電 n=276 (後悔したことがある人)

購入して後悔したことがある美容家電として最も多かったのは、「ヘアアイロン」と「ドライヤー・イオンドライヤー」の二つで、同率(33.7%)となった。3番目に多いのは「美顔器・スチーマー」(21.7%)で、その後「レディースシェーバー・脱毛器」(19.9%)、「ダイエット・フィットネス機器」(16.3%)と続く。

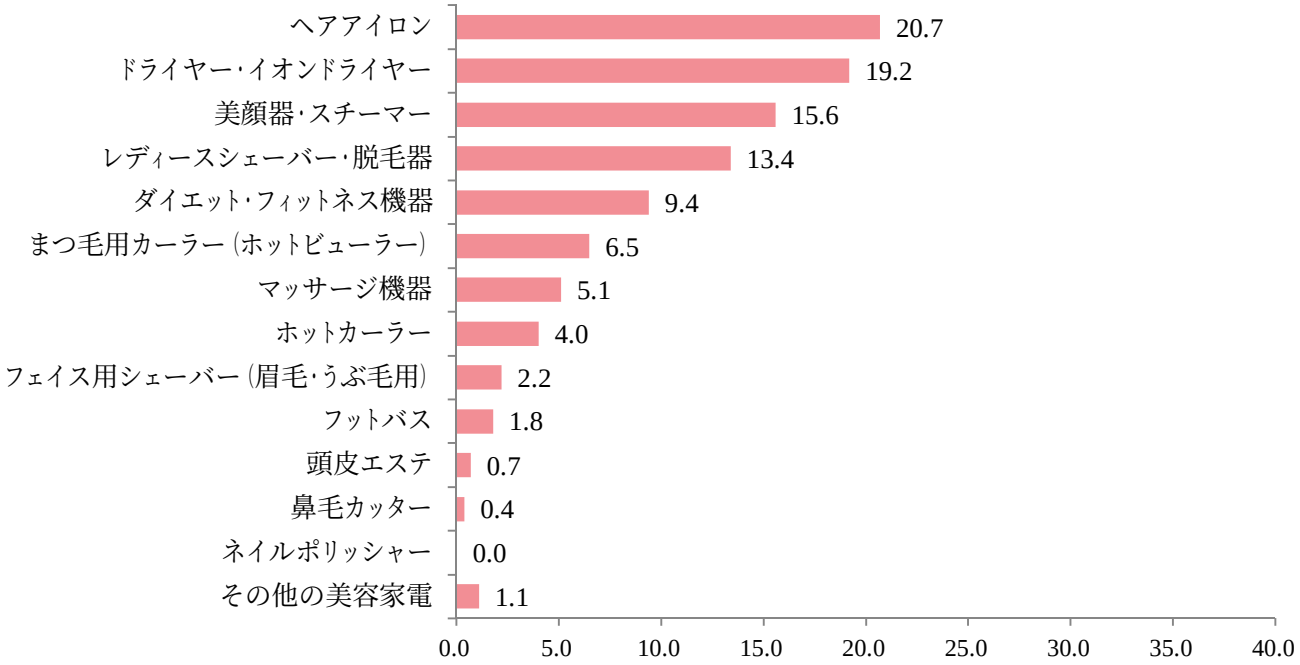
年代別に多いものを比較すると、いずれの年代でも、「ヘアアイロン」と「ドライヤー・イオンドライヤー」が上位に入った。

特に20代では「ヘアアイロン」が多く、50.8%で2人に1人となっている。それ以外では、20代・30代では「レディースシェーバー・脱毛器」が上位3つに入り、40代・50代では「美顔器・スチーマー」が入った。

また、「ダイエット・フィットネス機器」が、40代と50代の両方で4番目に多かった。

marsh MARSH Co. Ltd. ALL Rights Reserved.

Q5. 購入して後悔したことのある美容家電の中で、特に後悔が大きかったものを1つだけお選びください。(1つ選択)
Q6. 後悔した理由について、具体的にお聞かせください。(自由回答)



■その中で特に後悔が大きかった美容家電 n=276(後悔したことがある人)
購入した後に何らかの理由で後悔したことがある美容家電のうち、特に後悔が大きかったものを1つだけ選んでもらった。
その結果も、「ヘアアイロン」が20.7%で最も多く、僅差で「ドライヤー・イオンドライヤー」が19.2%で2番目となった。
3番目～5番目はQ4と同じく「美顔器・スチーマー」(15.6%)、「レディースシェーバー・脱毛器」(13.0%)、「ダイエット・フィットネス機器」(9.4%)。20代では、「ヘアアイロン」「まつ毛用カーラー」「レディースシェーバー・脱毛器」の3つが、他の年代に比べやや高くなっている。

【後悔した理由】(一部を抜粋)　　※(　)内は年代

ヘアアイロン　n=57

『温度が熱くなりすぎて、髪が焦げてしまう。ヘアアイロンを置く際に直接アイロン部分が付いてしまって、床やテーブルに置けない。』(20代)
『熱くなるまで時間がかかりすぎて待てない。また、思ったように簡単には使えなかったし、スチームもすぐ壊れてしまった。』(30代)
『ロットの大きさが選べないものを購入してしまい、実際に巻いてみたら違うロットのほうが良かったと後悔した』(40代)
『重くてすべての髪が満足するまで使用できない』(50代)

ドライヤー・イオンドライヤー　n=53

『機能や効果を重視して購入したら、本体サイズや音が大きいものになってしまい、収納や夜間の使用に不便だったこと』(20代)
『重くて使いづらい。価格に見合う効果を感じられなかった』(30代)
『付属品に魅かれて購入したが、使い勝手が悪くて付属品は当初しか使用しなかった。』(40代)
『イオンドライヤーを購入したまでは良かったけど、風力が思った以上に弱くて髪を乾燥させるのに時間がかかって困ること。』(50代)

美顔器・スチーマー　n=43

『就寝時に使うものでそれが売りだったけど電源が入ってる間、機械音？みたいなのが耳障りで寝れなかったから。』(20代)
『高かったけど使うのがめんどくさくなってほとんど使ってないし、場所もとる。その上専用の美容液も高い』(30代)
『簡単に利用できるので毎日手軽に使えると思ったが実際使わない』(40代)
『実際に使ってみると、後処理が面倒で使わなくなってしまった。』(50代)

(6ページに続く)

marsh MARSH Co. Ltd. ALL Rights Reserved.

【後悔した理由】(一部を抜粋) つづき

レディースシェーバー・脱毛器　n=37

『脱毛器が思ったより痛く、期待した仕上がりでもなかったため浪費したと後悔した。』(20代)
『使えば使うほど毛が濃くなって嫌な思いをした。その後サロンに通ったのでこっちにお金を使えばよかったと後悔しました。』(30代)
『取扱説明書に書いてあるようには脱毛できなくて、痛みも伴ったから。』(40代)

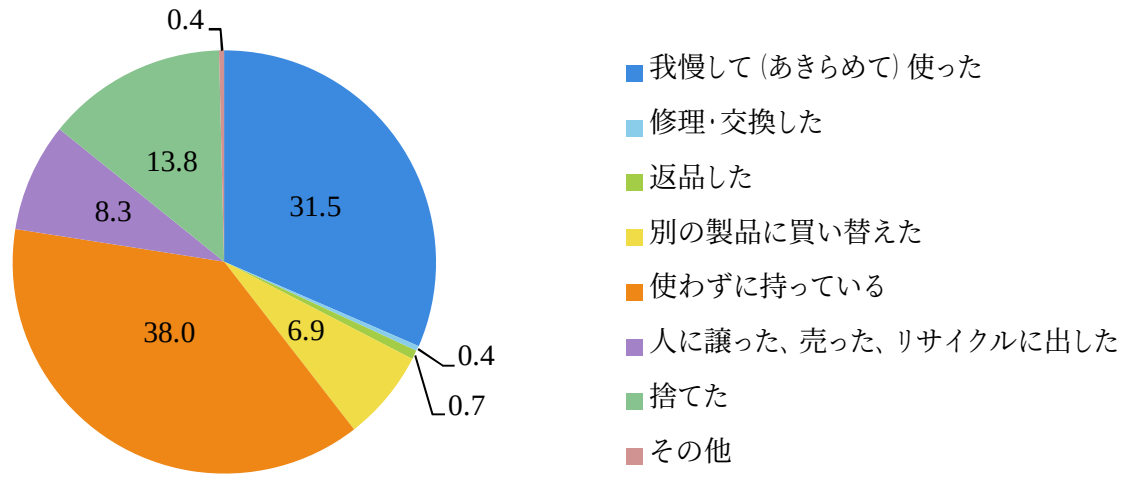
ダイエット・フィットネス機器　n=26

『テレビ通販で人気のものと似たような商品をネットで安く購入したが、音はうるさいし重いし…偽物は安くても買わないほうがいいと思った』(20代)
『ぶるぶる振動する高い機械を買ったが、効果が見られず邪魔になって捨てた。』(40代)
『効果があまり感じられなかった　今は邪魔なだけ　処分するにも粗大ゴミ料金がかかる』(50代)

まつ毛用カーラー (ホットビューラー)　n=18

『カーブが目にあっていなくてうまく巻けなかった。』(40代)

Q7. その (後悔した) 美容家電は、その後、どうされましたか。(1つ選択)



■その美容家電をその後どうしたか　n=276 (後悔したことがある人)
特に後悔の大きかったその美容家電を、その後どのようにしたのか答えてもらった。
最も多かったのは、「使わずに持っている」で38.0%、次いで「我慢して (あきらめて) 使った」が31.5%となった。その他は、「捨てた」(13.8%)、「人に譲った、売った、リサイクルに出した」(8.3%)、「別の製品に買い替えた」(6.9%) となっている。
「修理・交換した」「返品した」はどちらも1%未満でごくわずかだった。
(Q5で)【ドライヤー・イオンドライヤー】を選択した人は、「我慢して (あきらめて) 使った」との回答が多く、【美顔器・スチーマー】【レディースシェーバー・脱毛器】【ダイエット・フィットネス機器】といった製品を選択した人では「使わずに持っている」という回答が多かった。

marsh MARSH Co. Ltd. ALL Rights Reserved.

会社概要

会社名：　　株式会社マーシュ
代表取締役：町田　正一
所在地：　　〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-2-5 アライブ美竹3F
電話番号：　03-5468-5101
ＦＡＸ番号：03-5468-5102
設立：　　2001年12月21日
資本金：　　5,000万円
従業員数：　104名(正社員74名、アルバイト30名)　*2013年9月現在
事業内容：　1.インターネットリサーチ（Web上でのアンケート調査）業務
　　2.モニターリクルート（座談会、会場調査などの参加者募集）業務
　　3.アンケートモニターサイト「D STYLE WEB」の運営・管理
加盟団体：　社団法人日本マーケティングリサーチ協会（JMRA）、アジア経営者連合会
取得認証：　プライバシーマーク 登録番号 12390094（04）
ホームページ　　http://www.marsh-research.co.jp/
Facebookページ　　http://www.facebook.com/marsh.research

調査に関するお問い合わせについて

弊社自主調査結果を引用･転載いただく際は、お手数ですが
かならず「出典」を明記していただきますようお願い申し上げます。
（例） マーシュ調べ
ご一報いただける場合、またはご質問などございましたら、お気軽にお問い合わせください。

掲載についてのお問い合わせ先
株式会社マーシュ　担当／日高
【電話】 03-5468-5101 （平日9:30～18:30）
【メール】 info@marsh-research.co.jp

インターネット調査、モニターリクルートのお見積り･ご相談はこちらまで

株式会社マーシュ　営業企画担当
【電話】 03-5468-5101 （平日9:30～18:30）
【メール】 info@marsh-research.co.jp
【フォームでのお問合せ】 https://www.marsh-research.co.jp/inquiry_form.html

marsh MARSH Co. Ltd. ALL Rights Reserved.